

工作研究

一、企业引进环保型经营,开展环境会计的各方力量分析

1. 来自同行的压力:由于环境风险使得企业必须注意和供应商建立长期的环境战略伙伴关系,施行环保型经营,实行绿色采购战略并关注该战略对企业竞争力的影响,而如果不进行环保型经营就有可能失去生意伙伴。随着环保时代的到来,人们的环境意识大大增强,保护环境的呼声日益高涨,在“环境保护”和“绿色消费”的浪潮下,为了更好地协调采购企业和供应商之间的关系,实现整个系

益扩大,市场占有率越来越高,更加方便了广大城市居民餐桌上“绿意盎然”的需求。绿色食品逐渐由“星星之火”渐成“燎原”之势。如果企业忽视了环境在这部分消费群体中的左右作用,没有把握好这部分消费群体,就会失去这部分市场,导致销售额的下降甚至面临地位的下降,商誉的毁损,乃至破产倒闭。相反,崇尚绿色生产的企业,识别出这部分消费者群体将会有利于增加企业的销售收入。购买绿色产品已成为绿色消费者一种时尚和必然选择,而绿色产品因其具有较高的绿色价

值生态纺织品技术要求》,公布了出口产品中禁止使用的有害染料。经过3年准备,从2005年1月1日起,这一生态技术标准开始在国内执行。而前不久,国家纺织品服装产品质量监督中心检验了以珠三角企业为主的20家全国知名大品牌服装企业的送检产品,结果发现部分企业产品使用了含致癌物质联苯胺的偶氮染料。没有达到《国家纺织产品基本安全技术规范》的要求,可见:没有绿色生产概念的企业很容易就会面临某一天被追究环境责任的风险。

企业引进环保型经营的必要性

□ 徐臻真

统的绿色供应链管理,应该从供应链的第一环节即企业的采购阶段就注重对环境的保护和改善。绿色采购与传统采购方式的不同之处在于:在对供应商进行评估与选择时,需要考虑的主要因素不仅有产品质量、价格、交货期、批量柔性和品种多样性等,更重要考虑因素之一是环境,即在采购过程中选用对环境影响较小的原材料,降低工业生产对环境所造成的污染和破坏。

2. 来自绿色消费者的动力:随着人们对环境、健康的关注,出现了讲究购买环保型绿色产品、接受绿色服务的消费者群体,被称为绿色消费者。例如,随着我国绿色食品事业的发展和人民生活水平的提高,健康、无公害的绿色食品开始大量在大型商场出现,城市居民也开始追求纯净、健康、自然的饮食习惯,绿色食品成为其消费的“新宠”。绿色食品市场覆盖面日

值,即使其售价比普通商品高20%~50%,有些甚至更高,达200%,但消费者还是愿意购买。据1992年的一项调查显示,85%的瑞典人愿为环境清洁支付较高的价格。同时,销售绿色产品能大产品的销路,提高产品的市场占有率,如德国为燃油和燃煤气的加热器引入环境标志后,在短短的两年时间内,“绿色”加热器就占领了加热器市场60%以上的份额。生产和销售绿色产品能够提高产品销售价格,扩大产品的市场占有率,从而增加企业销售收入。

3. 来自政府、法律的威慑力:自20世纪90年代以来,我国政府对环境保护问题给予了高度的重视,环保法规和标准向更严格、更完善的趋势发展。在这种环保法规越来越健全的形势下,企业为避免触犯现有及潜在的环保法律、法规应该具备绿色的意识。如2002年,我国公布了

4. 来自环境税的约束力:环境税是指为了抑制利用环境物品的负外部性,国家向有关纳税义务人无偿征收的用于筹集环境治理和保护的税种,它既具有调节经济行为减少污染的作用,又具有为国家公共财政筹集资金的功能。能达到将企业生产过程中带来的外部成本内部化的目的。积极支持《京都议定书》的欧美和日本就提倡引进环境税来达到控制二氧化碳排放量的目的。而环境税的征收对企业来说无疑是一笔不轻的费用负担。而一些高环境成本而低效益的行为或产品也会丧失生存空间。

5. 来自融资渠道的源头活力:日本出现被叫做绿色投资家的,他们愿意收购对于环境问题采取积极行动的企业股票或债券。而于2005年5月底国家发改委、世界银行和广东省人民政府在广东省召开的中国投资环境2005论坛上,为了改

善中国投资环境,实现投资和增长的可持续性,论坛报告提出:一个对社会负责的、有良知的、具有可持续发展思维的企业家或投资家应该是能支持政府完善环境管制,把环境成本纳入企业生产或投资成本中的,而那些靠牺牲环境资源、掠夺环境资源、转嫁环境成本的企业或投资家,他们的生产经营不可能是可持续的,在当今的全球绿色浪潮中将会逐步被淘汰。而根据调查:在日本,加入了全球环境基金等企业的股票,即使在股市低潮时期也相对波动较小。

二、企业积极引进环保型经营,开展环境会计的收益分析

随着环境问题的日益被重视,环境成本可被分为预防成本和补救成本,前者是企业为预防、控制环境污染而在资源维护 and 环境保护上投入的事先成本,而后者是环境风险发生后采取相应的对策而发生的成本,两者之间此消彼长。两者之间的关系可以反映企业履行的自主环保责任程度。实际上,收集环境信息和减少环境影响的边际成本要小于环境问题导致的费用罚金和形象的边际成本。协调两者之间的比重有助于环境成本的管理,偏重于事前成本的支付实际上往往更能给企业带来如下的收益。

收益①:通过节能、节省资源、提高减少各项环境费用、降低现时成本,同时获得环境效益和经济效益。例如:ISO14001标准要求对组织生产过程进行有效控制,体现清洁生产的思想,从最初的设计到最终的产品及服务都考虑了减少污染物的产生、排放和对环境因素,并通过设定目标、指标、管理方案以及运行控制对重要的环境因素进行控制,可以有效地促进减少污染,节约资源和能源,有效地利用原材料和回收利用废旧物资,减少各项环境费用(投资、运行费、陪罚款、排污款)。从而明显地降低成本,不但可以获得环境效益,而且可获得显著的经济效益。越来越多的实例显示,公司从追溯、跟踪和分配环境导致的成本决策中获得了财务收益,并因而提高了决策可用信息的相关性。

(White and Zinkl,1997)

收益②:可以使得一些无法以简单的

经济手段衡量的效益的增加,包括无形资产的增值保值。这表现在:市场竞争力的增强和市场占有率的扩大、环境管理水平的提高、企业形象的改善、守法程度的提高、员工协作的加强等。收益①可以使企业在短期内获得对建立体系花费的人力、物力的补偿,而收益②则可以在企业长期发展的过程中带来不可估量的效益。如:在饭店业实施 ISO14000 认证已成为一种趋势,全球饭店业积极推行绿色饭店活动,体现 ISO14000 国际标准所倡导的环境管理,预防污染,节能降耗的宗旨,以树立饭店管理新形象,积极开展创建绿色饭店活动,加强内部环境管理,倡导绿色消费,进行环保宣传,许多具有超前目光的饭店在激烈的市场竞争中打出“环境牌”,积极建立环境管理体系并申请认证,意在抢占新一轮市场营销的制高点。积极采取环保生态的措施、投资环保并积极披露其环保工作的内容、支出、效果的企业会得到社会的认同,被认可为“实施清洁生产(并卓有成效的企业),能够承担起社会责任的企业”,这就能使得企业在风卷云涌的竞争中保持静观其变的沉稳,巩固其行业地位,顾客信任度的有会随之上升,实现企业无形资产的保值增值。

收益③:可以减少企业将来的成本,并用与当前的环境改造。如由于被追究违反法律而支付的赔偿金这类损失可以通过企业积极引进环保型经营,展开环境会计而被事先避免。同时,企业还可以将预先节省下来的资金用于再投资生产,更新设备,开展更为环保的措施。

收益④:可以减少企业的融资成本。中国在经历数十年的改革开放实践后,创新环境保护投融资机制的条件正趋于成熟。第一,持续快速的经济发

展使中央和地方政府具备了投资环境保护的基本能力。第二,市场经济体制正在逐步建立,各种性质的企业逐渐对环境保护产业产生投资兴趣,市场手段和机制进入了环境保护领域。第三,加入世界贸易组织为中国在环境保护领域吸引更多的国外资金创造了良好的条件。随着环保产业在我国国民经济中地位的不断上升,产业内蕴涵的巨大商机吸引了众多国外投资机构的目光。“以水务为例,英国泰晤士水务、法国苏伊士里昂帝欧水务、法国威立雅水务均在中国有直接投资。”对外经济贸易大学金融学院副院长丁志杰表示。世界银行顾问谢剑也谈到,世界银行在中国 40% ~ 50% 的投资用于环保产业。但不容忽视的是:就我国的具体情况而言,投融资机构多半还持有观望的态度,这与我国目前还存在政策的制定和执行相差年度过久以及目前我国环保产业的市场环境不够完善有很大关联。毕竟,“中国 70% 以上的环保投资由政府 and 公共部门投入,政府不同程度地参与使环保企业不能充分竞争。”

综上所述:在当前向循环型社会的过渡期内,企业作为环境保护责任主体,面临着来自同行、绿色消费者、政府、法律、税收、融资渠道等多方面的力量,促使其积极引进环保型经营形式,展开环境会计。随着环境问题的重要性的日益凸显,企业采用绿色经营方式也为其自己、社会带来一系列收益,所以,为了实现在既满足当代人的需求的同时不对后代人满足自身需求的能力构成危害的发展——可持续发展的目标,企业有必要引进环保型经营方式,积极推进环境会计的应用和发展。

作者单位 厦门大学会计学系

